



UEFA Women's EURO 2025

Abschlussbericht Host City St.Gallen

Impressum

Stadt St.Gallen, Sport

04. Dezember 2025

Dienststelle Sport

www.stadt.sg.ch

Inhalt

Management Summary	4
1 Ausgangslage	5
2 Sicherheit	6
3 Mobilität	9
4 Promotion	11
5 Rahmenprogramm	13
6 Tourismus, Standortförderung und Gästebetreuung	15
7 Nachhaltigkeit	18
8 Legacy: Mädchen- und Frauenfußballförderung	20
9 Medien und Kommunikation	23
10 Finanzielles Ergebnis	25
11 Erkenntnisse	27

Management Summary

Die Frauenfussball-Europameisterschaft 2025 war ein grosser Erfolg für die Schweiz sowie für die Stadt und Region St.Gallen. Die umfassende nationale und internationale Berichterstattung zeigte St.Gallen als gastfreundliche, nachhaltige und vielfältige Austragungsstadt, wodurch sie ihre Sichtbarkeit und ihr Image als Sport- und Eventstadt stärken konnte. Die vielen angereisten Fans bescherten St.Gallen auch eine grosse wirtschaftliche Wertschöpfung. Die Hotelbelegung lag mit 65 % – 92 % weit über den Durchschnittswerten.

Die bestehenden Sicherheits- und Verkehrskonzepte für Fussballspiele haben sich bewährt. Es gab keine nennenswerten Zwischenfälle in der Stadt oder im Stadion. Die Stimmung blieb durchwegs friedlich. Dank des ÖV-Kombitickets wählten zudem mehr als 85 % der Zuschauerinnen und Zuschauer eine nachhaltige Anreise an die Spiele in St.Gallen.

Die Promotionsstrategie für das Turnier und die Spiele in St.Gallen waren erfolgreich. Alle drei Spiele in St.Gallen waren ausverkauft. Viele Fans nutzten auch die Möglichkeit, die Stadt und Region St.Gallen zu erkunden. Die Tourismus-Partner erfreuten sich neben den wirtschaftlichen Impulsen auch an der hohen internationalen Präsenz und der freundlichen Stimmung in der Stadt. Mehr als 70 Betriebe aus Gewerbe, Gastronomie und Hotellerie beteiligten sich zudem an der fussballthematischen Beflagung, wodurch die St.Galler Willkommenskultur und Gastfreundlichkeit unterstrichen wurde.

Die Fan Zone in der Marktgasse belebte die St.Galler Innenstadt im normalerweise ruhigen Sommermonat Juli zusätzlich. Über 10'000 Personen besuchten in den elf Betriebstagen die Fan Zone. Sie erfreuten sich eines abwechslungsreichen Programms mit regionaler Musik, vielseitigen Bühnentalks sowie sportlichen Aktivitäten und feierten gemeinsam den Frauenfussball. An den drei Spieltagen liefen insgesamt über 6'000 Fans auf dem «Fan Walk» gemeinsam die letzten Meter zum Stadion.

Die Aktivitäten der Host City St.Gallen setzten stets auf ein hohes Mass an Wiederverwendung und -verwertung. So entstand nur wenig Abfall und kein Food Waste in der Fan Zone. Viele angeschaffte Materialien wurden wiederverwendet. Dazu beigetragen hat auch die gute Zusammenarbeit mit regionalen Partnern und Betrieben.

Im Rahmen des Turniers wurden dreissig Massnahmen zur langfristigen Förderung des Mädchen- und Frauenfussballs erfolgreich umgesetzt. Dazu gehören Schnuppertrainings, Netzwerk-Veranstaltungen, Lehrgänge, Workshops und Weiterbildungen für Trainerinnen, Schiedsrichterinnen, Vereinsfunktionärinnen und Lehrpersonen sowie die Anschaffung von 24 Mini-Goals für städtische Schulwiesen. Im Sinne einer langfristigen und nachhaltigen Unterstützung werden regionale Partner diese Projekte künftig bestmöglich fortführen.

Der gesprochene Verpflichtungskredit von Stadt und Kanton von je CHF 1.4 Mio. wurde um je CHF 453'512 unterschritten. Dieses erfreuliche Ergebnis liegt insbesondere daran, dass Reserven und Rückstellungen für Unvorhergesehenes, wie etwa Schadensfälle, Hochrisikospiele und Unwetter, nicht benötigt wurden.

Die Ziele der Host City St.Gallen wurden allesamt erfüllt, wenn nicht sogar übertroffen. Es bleibt zu hoffen, dass St.Gallen zeitnah wieder als Austragungsort einer (Sport-)Grossveranstaltung wirken darf.

1 Ausgangslage

Die Fussball-Europameisterschaft 2025 (UEFA Women's EURO 2025) fand vom 2. – 27. Juli 2025 in der Schweiz statt. Die 14. Austragung des Turniers ist die grösste Sportveranstaltung für Frauen in Europa und hat sämtliche Rekorde gebrochen. Insgesamt besuchten 657'291 Fans die Spiele in den Stadien und 412 Millionen verfolgten diese an den TV-Bildschirmen. 86 % der Fans gelangten auf nachhaltige Weise ins Stadion. Somit ist es die bisher meistbesuchte, meistgesehene und nachhaltigste Frauenfussballeuropameisterschaft.

Die Stadt St.Gallen war eine von acht Austragungsorten. Im Fussballstadion «Kybunpark» (genannt «Arena St.Gallen») fanden im Juli 2025 drei Vorrundenspiele statt:

- Freitag, 4. Juli 2025, 21 Uhr: Deutschland – Polen
- Mittwoch, 9. Juli 2025, 21 Uhr: Frankreich – Wales
- Sonntag, 13. Juli 2025, 21 Uhr: England – Wales

Darüber hinaus gab es eine Fan Zone in der Marktgasse, ein Willkommenszelt auf dem Kornhausplatz, Rahmenevents sowie Aktivitäten zur Förderung des Mädchen- und Frauenfussballs.

Das Stadtparlament bewilligte am 28. Februar 2023 für die Planung, Organisation und Durchführung einen Verpflichtungskredit in der Höhe von CHF 2.8 Mio.¹ Am 12. Mai 2023 teilte die Kantonsregierung mit, dass sich der Kanton St.Gallen mit maximal CHF 1.4 Mio. an diesen Kosten beteiligt. Die «Host City St.Gallen» repräsentierte somit im Rahmen des Turniers Stadt und Kanton St.Gallen. Der Bund beteiligte sich zudem mit CHF 15 Mio. zu gleichen Teilen für die Bereiche Landeskommunikation, ÖV-Ticketintegration sowie die Realisierung von nationalen Fördermassnahmen zur Unterstützung des Mädchen- und Frauenfussballs.

Die Zusammenarbeit mit der UEFA (resp. der Women's EURO 2025 SA) sowie dem Bund verlief trotz straffem Zeitplan reibungslos. Besonders wertvoll und entscheidend war dabei der enge Austausch unter den acht Austragungsstädten («Host Cities»).

Mit dem vorliegenden Bericht wird das Projekt «Frauenfussball-Europameisterschaft in St.Gallen» formal abgeschlossen und für alle Teilbereiche die qualitativen und quantitativen Ergebnisse sowie das finanzielle Resultat ausgewiesen.

1.1 Zielsetzung

Angelehnt an die Vorgaben und Ziele der UEFA sowie des Bundes und der anderen Austragungsstädte hatte sich die Austragungsstadt St.Gallen nachfolgende Ziele gesetzt:

- Gute und sichere Durchführung der UEFA Women's EURO 2025 in St.Gallen (vgl. Kapitel 2: «Sicherheit» und Kapitel 3: «Mobilität»)
- Drei Mal ausverkauft Stadion in St.Gallen (vgl. Kapitel 4: «Promotion»)
- Fussballstimmung in der Stadt St.Gallen (vgl. Kapitel 5: «Rahmenprogramm»)
- Lancierung von Projekten für einen langfristig positiven Einfluss auf den Mädchen- und Frauenfussball (vgl. Kapitel 8: «Legacy»)
- Standortförderung für Tourismus und Sportgrossveranstaltungen (Kapitel 6: «Tourismus»)

¹ Vorlage Stadtparlament vom 17. Januar 2023, Nr. 2385, «[Verpflichtungskredit für die Durchführung der Fussball-Europameisterschaft 2025 der Frauen \(UEFA Women's EURO 2025\) in der Schweiz bzw. in St.Gallen](#)»; vom Stadtparlament am 28. Februar 2023 unverändert beschlossen.

Die Ziele wurden erfüllt. Details dazu finden sich in den angegebenen Kapiteln und im Management Summary.

1.2 Projektorganisation

Die Women's EURO in St.Gallen war grösstenteils ein verwaltungsinternes Projekt. Ausgenommen von zwei befristeten Vollzeitstellen (Projektleitung; Events & Volunteers) sowie zwei mandatierten Positionen (Botschafterinnen; Legacy) wurde auf die Fachkräfte der Stadtverwaltung zurückgegriffen, welche sich im Rahmen ihrer Tätigkeiten auch diesem Projekt widmeten. Nennenswert ist ebenfalls die enge Zusammenarbeit mit St.Gallen-Bodensee Tourismus (SGBT) sowie dem FC St.Gallen (FCSG).

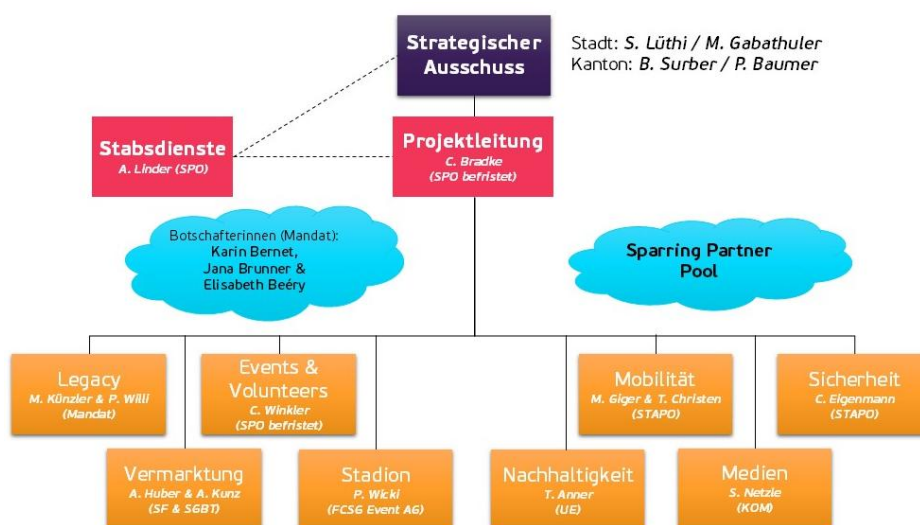


Abbildung 1: Projektorganisation Host City St.Gallen

Der strategische Ausschuss, dem die strategische Führung sowie die Vertretung der städtischen und kantonalen Interessen nach aussen oblag, traf sich zwischen Februar 2024 und September 2025 zu sechs Sitzungen. Die Projektleitung führte von Februar 2024 bis August 2025 insgesamt 24 Sitzungen, in denen die Teilbereiche koordiniert und das weitere Vorgehen besprochen wurden. Während des Turniers in St.Gallen fanden tägliche Rapporte statt.

2 Sicherheit

Die Stadtpolizei St.Gallen hatte es sich zum Ziel gesetzt, einen reibungslosen Ablauf der Women's EURO 2025 sicherzustellen und im gesamten Einsatzgebiet für Sicherheit und öffentliche Ordnung zu sorgen. Der Anlass verlief in der Austragungsstadt St.Gallen bzw. im ganzen Einsatzraum «Sitter» (siehe «Führungsstab Polizei») sehr friedlich und ohne nennenswerte Zwischenfälle. Die Zusammenarbeit zwischen den Blaulichtorganisationen von Feuerwehr, Sanität und Polizei sowie des Zivilschutzes funktionierte in jeder Phase tadellos.

2.1 Planungsphase

Gestützt auf die Erfahrungsberichte der Frauenfussball-Europameisterschaft 2022 in England fand unter der Leitung des BASPO (Bundesamt für Sport) am 16. Oktober 2023 ein erster

Informationsaustausch unter den Sicherheitsverantwortlichen der Austragungsstädte statt. Für die lokale Planung wurde der Teilbereich Verkehr (vgl. Kapitel 3: «Verkehr») separiert. Für die Sicherheitsplanung wurde der NAKOSCH (Nationaler Koordinationsstab Sicherheit Schweiz) initiiert und während der Women's EURO in den FSTP (Führungsstab Polizei) auf nationaler Ebene überführt. Für die Arena St.Gallen konnte auf ein bewährtes Sicherheitskonzept des FCSG zugegriffen werden, welches auf die zusätzlichen, spezifischen Bedürfnisse der UEFA angepasst und erweitert wurde.

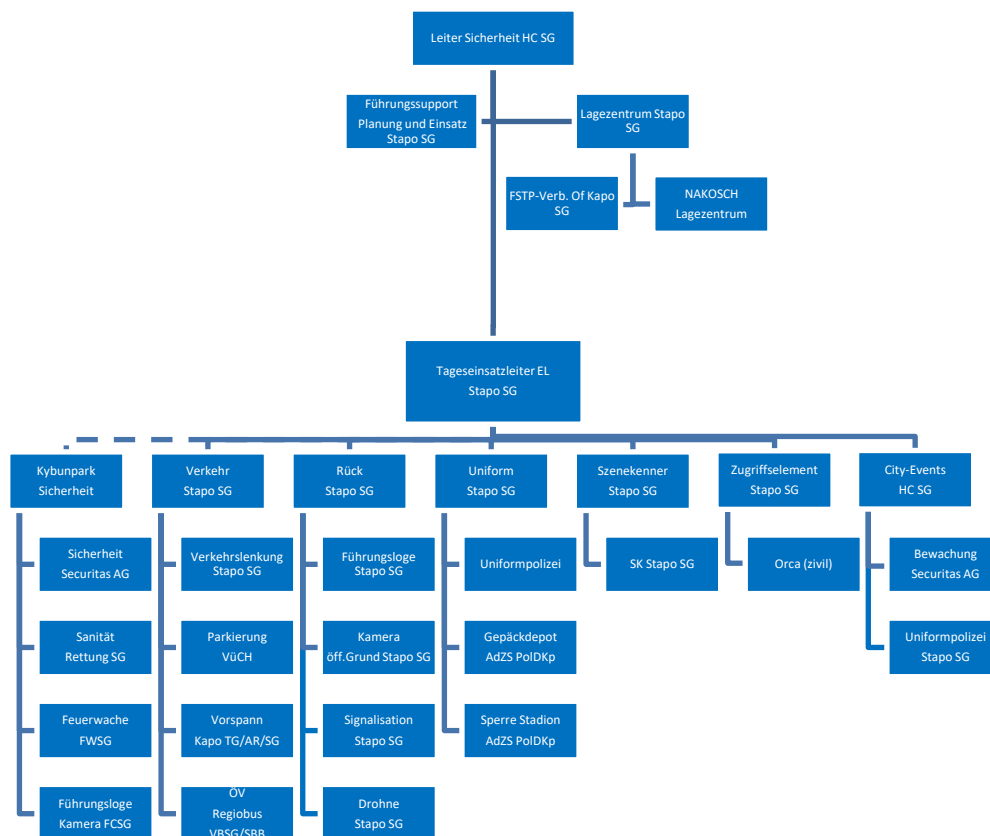


Abbildung 2: Organisation Sicherheit Host City St.Gallen

2.2 Risikobeurteilung

An den Spieltagen kamen rund 60 Polizistinnen und Polizisten zum Einsatz. An Nichtspieltagen konnte der Einsatz mit den personellen Mitteln aus der Grundversorgung abgedeckt werden. Über alle drei Spieltage waren rund 240 Angehörige von Polizei, Zivilschutz, Sanität und Feuerwehr im Einsatz. Alle sicherheitspolizeilichen Einsätze orientierten sich dabei am Prinzip der Verhältnismässigkeit und folgten der 3-D-Strategie: Dialog – Deeskalation – Durchgreifen.

2.2.1 Spiele

Durch den National Football Information Point (NFIP) und durch die Fachstelle Hooliganismus der Stadtpolizei wurde eine Risikobeurteilung für alle Spiele in St.Gallen erstellt. Alle drei Begegnungen wurden mit tiefem Risiko eingestuft.

2.2.2 Arena St.Gallen und Umfeld

Die Gefahr durch Drohnen, Cyberangriffe oder Amokfahrten wurde als sicherheitsrelevant eingestuft. Daraus abgeleitet wurden Massnahmen zum Schutz der Arena St.Gallen und der Fan Zone in der Innenstadt ergriffen.

2.2.3 Einsatzphase

Der Einsatz im Zusammenhang mit den Spieltagen wurde mehrheitlich mit den aus Fussballspielen des FCSG bekannten Strukturen und Einsatzelementen bewältigt. Basierend auf der Gefährdungseinschätzung des Führungsstab Polizei (FSTP) wurden zusätzlich Hundeführer mit Sprengstoffspürhunden eingesetzt und eine Drohnenabwehr für das Umfeld des Stadions installiert. Zum Schutz der Fan Zone in der St.Galler Innenstadt wurden mobile Sperren und Sperrfahrzeuge eingesetzt.

2.3 Führungsstab Polizei (FSTP)

Der Führungsstab Polizei (FSTP) beurteilte vor und während dem Anlass die Lage für die ganze Schweiz und speziell auch für die definierten Einsatzräume bei den Stadien. Ebenfalls wurden mögliche Gefahren für die Fan Zone in St.Gallen mitbeurteilt. Regelmässige Rapporte stellten den Austausch mit und durch das Lagezentrum der Stadtpolizei St.Gallen sicher. Es wurden polizeiliche Lageentwicklungsmöglichkeiten definiert, wobei eine ständige Lagebeurteilung vorgenommen wurde. Die Informationen wurden zeitnah in einem Lageverbund ausgetauscht, worauf allfällige Problemstellungen sogleich angegangen und Massnahmen getroffen wurden.

2.4 Spieltage

Am ersten Spieltag vom 4. Juli 2025 war ein erhöhtes Fanaufkommen, hauptsächlich mit Fans aus Deutschland, festzustellen. Ab Mittag herrschte in der Innenstadt eine entspannte, friedliche Feststimmung, die bis zur Schliessung der Fan Zone andauerte. Der erste Fan Walk in St.Gallen anlässlich der Women's EURO 2025 fand vom Bahnhof St.Gallen-Winkeln bis zum Stadion mit rund 500 Personen statt und verlief feierlich-freundschaftlich. Es gab keine gewalttätigen Ausschreitungen zwischen den Fangruppen.

Am zweiten Spieltag vom 9. Juli 2025 war die Innenstadt und das Umfeld des Stadions fest in der Hand der walisischen Fans. Die französischen Fans gesellten sich friedlich dazu. Am Nachmittag hielten sich in der Fan Zone ca. 500 Fans beider Lager auf. Am zweiten Fan Walk in St.Gallen nahmen rund 1'500 Personen teil.

Am dritten Spieltag vom 13. Juli 2025 war das Fanaufkommen der englischen und walisischen Fans in der Innenstadt auffällig gross und zahlenmässig etwa ausgeglichen. Beide Gruppen formierten sich für bunte Fan Walks am gleichen Ausgangspunkt, südlich vom Bahnhof St.Gallen-Winkeln. 2'500 englische und etwa 1'500 walisische Fans zogen nacheinander ohne jeglichen Zwischenfall zum Stadion. Die Fan Zone und das Spiel besuchten eine Ministerin und ein Minister aus beiden Ländern sowie eine Vertretung der britischen Botschaft in Bern. Sie wurden von Personenschützern der Stadtpolizei unauffällig begleitet.

Per Regierungsratsbeschluss wurde für das Umfeld der Arena St.Gallen an den Spieltagen eine zeitlich befristete Flugverbotszone für Drohnen erlassen. Innerhalb der Verbotszone erhielten diverse, mehrheitlich ausländische TV-Stationen eine Bewilligung der Stadtpolizei für Drohnenflüge innerhalb definierter Zonen. Die Drohnenflugverbotszone wurde bei zwei Spielen drei Mal verletzt. Zwei Piloten

wurden zu Händen des BAZL (Bundesamt für Zivilluftfahrt) zur Anzeige gebracht. Beide Personen gaben an, aus Unwissenheit gehandelt zu haben.

Die Stadtpolizei St.Gallen war mit ihren Partnern umfassend auf das Grossereignis vorbereitet. Durch den gezielten und angemessenen Einsatz der vorhandenen Mittel konnte die Sicherheit zu jeder Zeit gewährleistet werden. Die vorübergehenden Festnahmen von zwei Personen im Stadionperimeter darf im Verhältnis zum hohen Personenaufkommen als äusserst gering bezeichnet werden. Gleiches lässt sich auch aus medizinischer Sicht sagen, da lediglich eine Person ausserhalb des Stadions von der Sanität betreut werden musste. Stark betrunkene Personen, welche durch Sanität oder Polizei hätten betreut werden müssen, wurden nicht verzeichnet.



Bilder 1 – 3: Die Stadtpolizei unterstützte das friedliche Fussballfest

3 Mobilität

Die Ausrichtung der UEFA Women's EURO 2025 in St.Gallen stellte hohe Anforderungen an die Mobilitätsplanung und die Verkehrslenkung. Dank frühzeitiger, detaillierter Planung und der konsequenten Umsetzung der Konzepte (Verkehr, Parking und Signalisation) verliefen sämtliche Massnahmen reibungslos. Während der gesamten Veranstaltungsdauer kam es zu keinen nennenswerten Zwischenfällen im Zusammenhang mit dem Verkehrsmanagement. Dazu beigetragen hat auch die stets gute Zusammenarbeit zwischen UEFA, Austragungsstadt St.Gallen, FCSG, Stadtpolizei St.Gallen und den Transportunternehmen. Die Besuchenden erfreuten sich einer hohen Zufriedenheit dank klarer Kommunikation, gutem Verkehrsfluss und der Integration von nachhaltigen Mobilitätsformen.

3.1 Massnahmen auf nationaler Ebene

Die folgenden Massnahmen bildeten die Grundlage für die nationale Steuerung der Mobilität und wirkten präventiv gegen Verkehrsüberlastung.

- **Kostenfreie Anreise mit dem öffentlichen Verkehr:** Alle Ticketbesitzenden konnten am Spieltag kostenlos innerhalb der Schweiz die öffentlichen Verkehrsmittel in der zweiten Klasse nutzen (Hin- und Rückfahrt zum Stadion).
- **Zusätzliche SBB-Züge:** Die SBB und die regionalen, öffentlichen Verkehrsunternehmen setzten zahlreiche Zusatzverbindungen ein, insbesondere vor und nach den Spielen, um Engpässe zu vermeiden.
- **Einbindung des Tarifverbunds OSTWIND:** ÖV-Shuttle (via S1/S5) sowie Linienbusse (VBSG und Regio Bus 151/158/1) wurden nahtlos ins Ticketing-System integriert.

3.2 Umsetzung vor Ort

Folgende Abläufe fanden vom 2. – 13. Juli 2025 in St.Gallen statt:

- **Signalisation und Verkehrslenkung:** Temporäre Verkehrs- und Zufahrtsbeschränkungen in der Innenstadt (z. B. Marktgasse, Neugasse) von 10:30 Uhr bis ca. 20:00 Uhr. Die Anwohnenden und Gewerbebetriebe wurden im Vorfeld informiert. Auch wurde die Innenstadt durch die Stadtpolizei dementsprechend signalisiert.

Folgende Abläufe fanden zusätzlich an den drei Spieltagen in St.Gallen statt:

- **Fan Walk:** Ab 19:00 Uhr wurden an den Spieltagen Fan Walks vom Bahnhof St.Gallen-Winkeln zum Stadion durchgeführt. Dabei wurde die Herisauer-Strasse jeweils zwischen ca. 19:00 Uhr und 19:30 Uhr gesperrt, um den Fans einen sicheren Fan Walk zu garantieren.
- **Polizeipräsenz:** Starke Präsenz am Stadion, rund um die Fan Walk-Route sowie in der Innenstadt waren an den Spieltagen vorhanden. Verkehrsregelung und Sicherheitskoordination wurden reibungslos umgesetzt.

3.3 Privatverkehr (Auto, Parken, Fahrrad)

Während der UEFA Women's EURO 2025 in St.Gallen gab es keine Einschränkungen für den motorisierten Individualverkehr rund um das Stadion. Die Durchfahrt auf der Autobahn und auf der Zürcher-Strasse waren zu jeder Zeit möglich. Auch die Zufahrt auf alle offiziellen Parkplätze war für sämtliche Spielbesuchende jederzeit möglich. Das Parkkonzept sah eine ausreichende Anzahl an Parkplätzen in unmittelbarer Stadionnähe vor. Eine laufende Überwachung und Lenkung der Parkplatzbelegung wurden sichergestellt.

Die Auslastung der Parkflächen entwickelte sich wie folgt:

- Erster Spieltag (4. Juli): rund 95 %.
- Zweiter Spieltag (9. Juli): rund 80 %.
- Dritter Spieltag (13. Juli): rund 60 %.

Es wurden keine Engpässe oder Rückstaus im Zusammenhang mit der Parkplatzsuche festgestellt. Die Verkehrslenkung funktionierte auch während der Spitzenzeiten zuverlässig. Ebenso konnten keine Autocorsos beobachtet werden, wie diese bei Europa-/ oder Weltmeisterschaften der Herren nach den Spielen veranstaltet werden.

Die sinkende Auslastung über die drei Spiele hinweg deutet auf eine zunehmende Nutzung alternativer Anreisemöglichkeiten hin (v. a. öffentlicher Verkehr oder kombinierte Mobilität). Gemessen an der Besucherzahl haben sich bei jedem Spiel über 90 % der Stadionbesuchenden für eine alternative Reisemöglichkeit entschieden.

3.4 Öffentlicher Verkehr (Busse, Bahnen, Shuttle)

Der öffentliche Verkehr spielte während der UEFA Women's EURO 2025 in St.Gallen eine zentrale Rolle und erwies sich als zuverlässiges und leistungsfähiges Transportmittel zur Besucherlenkung. Dank des gültigen ÖV-Kombiticket, zahlreicher Zusatzverbindungen sowie der eng abgestimmten Zusammenarbeit zwischen nationalen und regionalen Transportunternehmen konnte eine hohe Zahl an Anreisenden effizient und umweltfreundlich transportiert werden.

Die S-Bahn-Verbindungen zum Bahnhof St.Gallen-Winkeln, ergänzt durch Buslinien und gut organisierte Fan Walks, ermöglichten eine reibungslose An- und Abreise. Auch nach Spielende wurden die

Zuschauenden zügig und sicher transportiert. Es kam zu keinen nennenswerten Wartezeiten oder Überlastungen.

- **S-Bahn und Regionalzüge:** S1/S5 vom Hauptbahnhof St.Gallen zum Bahnhof St.Gallen-Winkeln, ab dort 15 Minuten zu Fuss zum Stadion. Extrazüge wurden nach Spielende bereitgestellt (v. a. nach Zürich).
- **Extrabusse und Linienbusse:** Ab Hauptbahnhof und Fan Zone, Busse der Linie 151/158/1 fuhren direkt zum Stadion. Fahrtzeit ca. 15 – 20 Minuten. Verstärkt mit Extrabussen im 10-min-Takt von der Fan Zone via Hauptbahnhof zum Stadion.
- **Anbindung Fan Zone:** Buslinien und S-Bahn verknüpften die zentrale Fan Zone Marktgasse mit dem Stadion, inklusive Fan Walk.
- **Veloverkehr:** Für Fahrradfahrende wurden gesonderte Abstellplätze und Zubringerwege eingerichtet (vgl. Kapitel 7: «Nachhaltigkeit»).
- **Taxis und Shuttles:** Für Taxis und alternative Mobilitätsdienste wurden klar definierte Haltepunkte und Umsteigezonen vorgesehen.
- **Behinderten-Parkplätze:** Für beeinträchtigte Personen wurden klar definierte Parkplätze ausgewiesen.

Der öffentliche Verkehr war ein zentraler Erfolgsfaktor für den logistisch reibungslosen Ablauf der Spiele in St.Gallen.

4 Promotion

Im Gegensatz zu einem Männerturnier war eine Frauenfussball-Europameisterschaft in der Vergangenheit noch nie komplett ausverkauft. Es galt somit, das Turnier und den Ticketverkauf intensiv zu bewerben, insbesondere hinsichtlich der Zielgruppen von jungen Erwachsenen, Familien und Kindern. Die Promotionsstrategie setzte sich dabei aus Events, Werbearbeiten, On- und Offline-Kampagnen, lokalen Kooperationen und einer einheitlichen Beflagung («City Dressing») zusammen. Alle geplanten Aktivitäten konnten erfolgreich umgesetzt werden, die Promotionsmassnahmen wurden laufend dem Stand der Ticketverkaufszahlen angepasst und der Promotionsmix wurde konsequent eingehalten.

Die drei Spiele in St.Gallen waren ausverkauft, womit eines der wichtigsten Ziele erreicht wurde. Viele angereiste Fans nahmen sehr positive Erfahrungen und Eindrücke aus St.Gallen mit (vgl. Kapitel 9: «Medien»). Somit war die Promotionsstrategie erfolgreich und die Promotionsmassnahmen haben ihren Zweck erfüllt.

4.1 Promotionsveranstaltungen

Nebst den offiziellen UEFA-Turnier-Meilensteinen (z.B. «1 year to go», Gruppenauslosung), nutzte die Host City St.Gallen auch städtische Grossevents (z.B. OLMA, CSIO) sowie weitere Veranstaltungen in der ganzen Ostschweiz (z. B. regionale Fussball- und Sportturniere) zu Werbezwecken. Die Veranstaltungen fanden von Juli 2024 bis Juli 2025 statt. Zusätzlich wurden 500 Mini EM-Bälle und 230 Lunchboxen an städtischen Schul-Sporttagen verteilt.

4.2 Promotionsmaterial

Das Promotionsmaterial wurde in den Farben und Logos des Turniers sowie der Austragungsstadt St.Gallen produziert. Dadurch entstanden ein erhöhter Wiedererkennungseffekt sowie ein auffälliger

und einheitlicher Auftritt. Bei grösseren Veranstaltungen stand ein Fussballzelt mit sportlichen und anspruchsgruppengerechten Aktivierungen (z.B. Wettbewerb, Tischfussball, XL-Memory) im Einsatz. Für kleinere Veranstaltungen wurde auf Plakate, Beachflags und nachhaltige Werbegeschenke gesetzt. Dabei trat St.Gallen prominent in Erscheinung mit Postkarten, welche Besuchende gratis verschicken konnten, Schokolade und Sonnenbrillen.

4.3 Regionale Kampagnen / Kooperationen

4.3.1 Kampagnen offline

Gezielte interkantonale Offline-Kampagnen bewarben den Ticketkauf und machten auf die Spiele und die Fan Zone aufmerksam:

- **Plakatkampagne:** Die Kampagne unterteilte sich in zwei Bereiche. Einerseits wurden in den Kantonen St.Gallen, Appenzell (AI/AR), Thurgau und Graubünden insgesamt 73 Plakate aufgehängt. Andererseits wurden die ePanels und das eBoard mit total 61'507 Ausstrahlungen bespielt.
- **FCSG:** Zusammen mit dem FCSG wurden in der Rückrunde nebst Newsletter und Webbanner folgende Offline-Massnahmen umgesetzt: LED-Ring, LED-Banner und Bildschirm im Stadion sowie Plakate rund um das Stadion.
- **Livesystems:** vom 12. - 16. Mai 2025 lief in verschiedenen öffentlichen Verkehrsmitteln in der Ostschweiz ein 15-Sekunden-Spot, welcher 148'836 Ausstrahlungen erzielte.

4.3.2 Kampagnen online

Für den Ticket-Endspurt wurde eine Kampagne auf Instagram und Facebook ausgespielt, welche folgende, sehr gute Ergebnisse erzielte:

- Mit der **Conversion-Kampagne** wurden in 14 Tagen insgesamt 336'534 Impressionen ausgespielt. Dabei konnten 118'537 Personen erreicht und 1'225 Klicks auf das Ticketportal generiert werden.
- Mit der **Traffic-Kampagne** wurden in 49 Tagen insgesamt 1'696'605 Impressionen ausgespielt. Dabei konnten 348'286 Personen erreicht und 4'238 Website-Aufrufe generiert werden.

4.4 Beflaggung («City Dressing»)

Die St.Galler Innenstadt stand vom 2. – 13. Juli 2025 ganz im Zeichen des Fussballs und der UEFA Women's EURO 2025. In Absprache mit der UEFA wurden deshalb an mehreren Standorten und an den VBSG-Bussen total 261 Fahnen gehisst. Am Bahnhof hingen nebst den offiziellen Turnierfahnen auch Willkommensfahnen der in St.Gallen spielenden Nationen – Willkommen, Welcome, Bienvenue, Witamy, Croeso. Im Rahmen des City Dressings sollten auch sechs Fussgänger-Ampeln mit einer grünen Frauenfussballerin bestückt werden. Diese PR-Aktion wurde jedoch von offizieller Seite nicht bewilligt. Die von dem OK in St.Gallen entworfene «Ampelkickerin» trat kurz darauf in der Host City Basel prominent in Erscheinung und sorgte für weltweite Medienaufmerksamkeit.

Über 70 Betriebe aus Gewerbe, Gastronomie und Hotellerie beteiligten sich an der thematischen Beflaggung und nutzten auch das von der Host City St.Gallen bereitgestellte Fussballmaterial. So entdeckten Fans an den Eingängen zu vielen Geschäften violette Fussballteppiche, Fahnen und Schals in den Schaufenstern sowie zahlreiche weitere fussballspezifische Dekorationen.

5 Rahmenprogramm

Die Host City St.Gallen organisierte ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm mit Fan Zone, Fan Walks und weiteren Fanaktivitäten während der gesamten Turnierzeit in St.Gallen (2. – 13. Juli 2025). So konnten angereiste Fans im Vorfeld zu den Matches sowie an Nicht-Matchtagen in St.Gallen den Fussball zelebrieren und nebenbei die Stadt und die Region erkunden. Insbesondere an den Spieltagen waren die Stadt und die Fan Zone gut gefüllt. Es herrschte stets eine friedliche und ausgelassene Stimmung. Insgesamt genossen über 10'000 Personen das abwechslungsreiche Programm in der Fan Zone.

5.1 Fan Zone Marktgasse

Die Fan Zone als Treffpunkt in der Marktgasse erwies sich dank der zentralen Altstadtlage als ideal. Sie bot Unterhaltung mitten im Geschehen der Innenstadt und lag nur wenige Minuten vom Bahnhof entfernt. An Spieltagen prägten internationale Fans das Stadtbild.

Mit mobilen, stabilen Strukturen erhielt die Fan Zone ein modernes und einladendes Erscheinungsbild. Herzstücke waren das von AXA gesponserte Mini-Fussballfeld, das insbesondere von Kindern rege genutzt wurde, sowie der markante Verpflegungspavillon. Er vereinte Küche, Ausgabetheke und eine überdachte Terrasse. Mit seiner Höhe und Gestaltung prägte er das Bild der Marktgasse.

Ein helles Zelt mit festen Wänden diente zusätzlich als Spiel-, Securitas- und Volunteer-Bereich. Für eine angenehme Atmosphäre sorgten das gemütliche Holzlounge-Mobiliar, bepflanzte Elemente sowie ebenfalls aus Holz konstruierte Infostelen, die Nachhaltigkeit und Aufenthaltsqualität unterstrichen. Ergänzt wurde das Ganze durch einen XXL-Turnierfussball sowie einen Fotospot, dessen Brandingfläche gleichzeitig eine Baustelle abdeckte.

Die Ordnung und Sauberkeit in der Fan Zone waren durchgehend sehr gut. Dank gut eingespielter Abläufe und regelmässiger Kontrollen hinterliessen die Anlagen jederzeit einen gepflegten Eindruck. Zwischenfälle gab es keine. Die Sicherheit war stets gewährleistet. An Matchtagen wurde die Securitas zusätzlich von der Stadtpolizei unterstützt. Auch Vandalismus und Unwetter blieben aus. Das Wetter war bis auf zwei Tage durchwegs schön und warm, sodass weder kurzfristige Reparaturen noch Notfallmassnahmen notwendig waren.



Bilder 4 – 6: Fan Zone Marktgasse

5.2 Programm

Die an das lokale Gewerbe angepassten Öffnungszeiten bewährten sich. An Spieltagen war die Fan Zone dank vieler angereister Fans sehr gut besucht, an den übrigen Tagen sorgten selbst wenige Gäste für eine lebendige Atmosphäre. Insgesamt besuchten über 10'000 Personen die Fan Zone.

Das abwechslungsreiche Bühnenprogramm setzte vor allem auf regionale Künstlerinnen und Künstler und fand guten Anklang. Neben inspirierenden Gesprächen rund um das Thema Sport fanden auch geführte Aktivitäten und Konzerte statt. Zwar wären mehr Teilnehmende an den Talks und am Nachmittagsprogramm wünschenswert gewesen, dafür füllte sich die Fan Zone jeweils bei der Musik am Abend rege. Ein Gewinnspiel und verschiedene Aktivierungen von Turniersponsoren sorgten für zusätzliche Abwechslung.

5.3 Food & Beverage

Der Catering-Partner in der Fan Zone sorgte mit regionalen Spezialitäten sowie Gerichten aus den in St.Gallen spielenden Nationen für kulinarische Vielfalt. Die vielfältige Auswahl kam bei den Besuchenden sehr gut an – nicht nur wegen der moderaten Preise unter CHF 15, sondern auch dank der frisch und schmackhaft zubereiteten Speisen. Sponsorenprodukte wurden, wo möglich, integriert und lokale Betriebe wie Metzgereien und Bäckereien lieferten zusätzliche Produkte. Auf Desserts wurde bewusst verzichtet, um die umliegenden Cafés mit einzubeziehen. Sehr erfreulich war zudem, dass dank sorgfältiger Planung und Umsetzung kein Food Waste entstand. Sämtliche übrig gebliebenen Speisen konnten verwertet, an Mitarbeitende verteilt oder weiterverarbeitet werden.

5.4 Public Viewing

Die Einbindung von Gastronomie und Gewerbe war ein entscheidendes Element, um die Frauenfussball-Europameisterschaft zu einem Gewinn für die gesamte Stadt und Region St.Gallen zu machen. Der bewusste Verzicht auf ein Public Viewing in der Fan Zone eröffnete mindestens neun Betrieben in der Stadt sowie fünf Betrieben in der Region die Möglichkeit, Fans in ihre eigenen Public Viewings zu locken.

Auf Anfrage der Host City St.Gallen entstand – wie bei der EURO 2024 – ein Public Viewing im Waaghaus. Dank der bestehenden Kooperation mit der Stadt war es für die Organisatoren selbstverständlich, ein solches in Eigenregie und auf Eigenverantwortung anzubieten. An den Spielen des Schweizer Nationalteams fanden sich jeweils bis zu 500 Fans ein, bei den übrigen Partien jeweils 50 – 80 Fans.

5.5 Fanaktivitäten

Der Austausch und die Zusammenarbeit mit den Fussballverbänden der in St.Gallen gastierenden Nationen verlief sehr positiv und erwies sich als wertvoll für beide Seiten. Die Host City St.Gallen unterstützte bei der Organisation von Fan Walks sowie Fan Matches, den Spielen unter den Fans vor der eigentlichen Partie am Abend. Dafür stand einmalig auch der Sportplatz im Innenhof der Buebeflade zur Verfügung. Der Klosterbezirk bot eine eindrucksvolle Kulisse, an der sich neben den Fans auch internationale Medienschaaffende erfreuten.



Bilder 7 – 9: Fan Walks zum Stadion

Die Fan Walks zählten zu den Highlights. Sie führten vom Bahnhof St. Gallen-Winkeln rund 700 Meter bis zur Arena St.Gallen. Ausgangspunkt war das Restaurant Kreuz, wo sich die Fans auch verpflegen konnten. An den drei Spieltagen liefen insgesamt über 6'000 Fans gemeinsam den Weg zum Stadion. Dank vorgängig guter Absprache mit der Stadtpolizei und den Fussballverbänden verlief alles friedlich und ohne Zwischenfälle.

5.6 Freiwillige («Volunteers») und Depot Heroes

In St.Gallen wurde die Gästebetreuung während elf Einsatztagen durch ein Team von rund 30 motivierten Freiwilligen sichergestellt. Die Rekrutierung, das Training und die Schichtenteilung wurde in Zusammenarbeit mit den Volunteer-Verantwortlichen der UEFA Women's EURO SA organisiert. Die Aufgaben der Volunteers waren vielseitig. Sie zeigten den Fans den Weg, informierten über die Angebote in St.Gallen und betreuten die unterschiedlichen Aktivitäten in der Fan Zone. Neben den von der UEFA rekrutierten Volunteers waren drei weitere Freiwillige im Einsatz, um die Depotstation in der Fan Zone zu unterstützen. Insgesamt wurden 253 freiwillige Schichten gearbeitet.

Ohne den Einsatz all dieser engagierten Personen wäre die erfolgreiche Umsetzung der Fan Zone nicht möglich gewesen. Sie haben entscheidend dazu beigetragen, dass die Besucherinnen und Besucher ein positives Erlebnis hatten.

5.7 Sponsoring

Trotz strenger Richtlinien der UEFA im Bereich Sponsoring war es den Austragungsstädten gestattet, vier lokale Unterstützer zu ernennen. St.Gallen-Bodensee Tourismus stand als wichtiger Partner der Host City St.Gallen bereits früh fest. Die Tourismusorganisation unterstützte mit einer Vielzahl an Leistungen, darunter die Planung und Ausführung der Promotionskampagne und des erweiterten touristischen Angebots sowie die Gäste-, Fan- und Websitebetreuung (vgl. Kapitel 6: «Tourismus»). Drei weitere lokale Unterstützer erhielten die Gelegenheit, sich in der Fan Zone prominent zu präsentieren und stellten hierfür einen Teil ihrer Leistungen als Sponsoring zur Verfügung. Insgesamt profitierte die Host City St.Gallen dank des grosszügigen Engagements der lokalen Unterstützer, der Turniersponsoren sowie weiterer regionaler Partnerschaften von Sach- und Dienstleistungen mit einem geschätzten Wert von etwa CHF 185'000.

6 Tourismus, Standortförderung und Gästebetreuung

Die Frauenfussball-Europameisterschaft bot auch die Chance für die Stadt St.Gallen, ihr Image als Sport- und Eventstadt sowie als Austragungsstandort für Grossveranstaltungen zu stärken. In enger Zusammenarbeit mit St.Gallen-Bodensee Tourismus beteiligte sich die Host City St.Gallen somit an der gross angelegten Landeskampagne von Schweiz Tourismus. Dies bedeutete eine signifikant gesteigerte Sichtbarkeit für St.Gallen auf der internationalen Bühne sowie eine Stärkung der touristischen Marke.

Des Weiteren sorgte St.Gallen mit gezielten Fanangeboten während des Turniers für eine einzigartige Verbindung zwischen sportlichem Grossanlass und touristischem Erlebnis. Alle beteiligten Partner äusserten sich sehr positiv zum Turnier und der Host City St.Gallen. Insbesondere wurde neben dem direkten Nutzen der «Fanvorteile» auch die hohe internationale Präsenz, die freundliche Stimmung in der Stadt und der wirtschaftliche Impuls für das lokale Gewerbe hervorgehoben. Nennenswert ist

hierbei die sehr hohe Hotelauslastung im Stadtgebiet und der Agglomeration mit über 92 % an Spieletagen und erfreulichen 65 % an Nicht-Spieletagen.

6.1 Touristische Landeskampagne

Die Landeskampagne von Schweiz Tourismus wurde im Auftrag des Bundes in enger Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen Fussballverband, der UEFA Women's EURO 2025 SA und den acht Austragungsstädten umgesetzt. Ziel dieser europaweiten Kommunikationsoffensive «For Fans of Switzerland» war es, die Schweiz als junge, gastfreundliche, nachhaltige und vielfältige Destination zu präsentieren – und dies in enger Verbindung mit dem sportlichen Grossereignis. Sie folgte einer klaren, mehrstufigen Strategie:

- **Vor dem Turnier:** Internationale Medienarbeit, Social-Media-Kampagnen und gezielte Platzierungen in Schlüssel-Märkten wecken Neugier und beeinflussen Reiseentscheidungen.
- **Während des Turniers:** Die Sichtbarkeit der Austragungsstädte und das Reiseerlebnis stehen im Fokus – mit Bildern, Videos und Geschichten, die Sport und Tourismus verbinden.
- **Nach dem Turnier:** Emotionale Rückblicke und «See you soon»-Botschaften halten die Aufmerksamkeit hoch und motivieren zur Rückkehr.

Der kreative Ansatz spielte bewusst mit der Begeisterung für Fussball und der Attraktivität der Schweiz. Massnahmen wie grossflächige Plakatkampagnen in europäischen Metropolen, personalisierte Stadtgeschichten, Influencerreisen und PR-Aktionen sorgten für einen hohen Wiedererkennungswert.

Die Landeskampagne setzte auf eine Kombination aus Basis-Kommunikation und gezielten Höhepunkten. St.Gallen wurde in der Partnerkampagne+ und der Host City spezifischen Kommunikation prominent in Szene gesetzt. Dabei standen authentische und lokal verankerte Geschichten von Schweizer Nationalspielerinnen im Vordergrund. Besondere Aufmerksamkeit erhielt St.Gallen durch die europaweite Sichtbarkeit im Rahmen der «Fans of Switzerland»-Kampagne. Visualisierungen mit lokalen Wahrzeichen und internationalen Fans wurden in grossen Städten wie London, Berlin oder Paris platziert und brachten so ein internationales Publikum in Berührung mit St.Gallen.

Die Landeskampagne erzielte beeindruckende Ergebnisse mit 800 Millionen Marketingkontakten sowie 660 Millionen Medienkontakten. Die zentrale Kampagnen-Landingpage (switzerland.com/weuro25) verzeichnete von Oktober 2024 bis August 2025 über 384'000 Besuche bei einer Engagementrate von 67,47 %. Mehr als 2.1 Millionen Empfängerinnen und Empfänger erhielten zudem regelmässig Informationen via Newsletter. Mittels Social-Media-Posts wurden 30 Millionen Kontakte auf verschiedenen Plattformen erreicht.

6.2 Medien-, Influencer- und Studienreisen

Im Vorfeld und während der UEFA Women's EURO 2025 begleitete St.Gallen-Bodensee Tourismus (SGBT) eine Vielzahl an Influencerinnen, Medienschaaffenden und Studienreisenden, um die Host City St.Gallen national und international als attraktives Reiseziel zu präsentieren. Die Reisen deckten eine breite geografische Streuung ab – von der Schweiz, Deutschland, Italien, Frankreich und Polen über das Vereinigte Königreich bis hin zu Nordamerika und Asien. Inhaltlich reichte die Spannweite von Sport- und Eventbezug (Women's EURO, HYROX) über Kultur- und UNESCO-Weltkulturerbe-Themen bis zu kulinarischen Erlebnissen und Naturausflügen. Die begleiteten Reisen führten zu einer breiten Berichterstattung, welche sportliche Highlights mit kulturellen, historischen und kulinarischen

Aspekten der Stadt verbunden. Dabei wurde eine hohe Reichweite generiert, bei Social-Media-Beiträgen teils mehrere zehntausend Aufrufe pro Beitrag. Die Inhalte sprachen sowohl Sportfans als auch kultur- und genussorientierte Zielgruppen an und trugen massgeblich dazu bei, das Image der Stadt zu stärken und Lust auf einen zukünftigen Besuch zu wecken.

6.3 Touristische Erlebnisse: exklusive Fanvorteile und spezielle touristische Angebote

Anlässlich der UEFA Women's EURO 2025 präsentierte St.Gallen ein massgeschneidertes Angebot an touristischen Erlebnissen, die speziell auf das Grossereignis zugeschnitten waren und weit über das reguläre Angebot hinausgingen. Ziel war es, Fussballfans aus dem In- und Ausland die Stadt aus einer neuen Perspektive erleben zu lassen und gleichzeitig den sportlichen Anlass mit lokalen Highlights zu verbinden.

Unter dem Motto «Fanvorteile Host City St.Gallen» profitierten Gäste mit einem gültigen Matchticket von zahlreichen Vergünstigungen und Spezialangeboten der Tourismus-Partner. Die Angebote schafften einen direkten Mehrwert für Fans, regten zu einem längeren Aufenthalt an und förderten die Verbindung zwischen Sport und Kultur. Die Rückmeldungen der Partnerbetriebe zeigen, dass die Angebote genutzt wurden. Beispielsweise verkauften die Bodenseeschiffahrten 34 solcher Tickets und ein Mikro-Mobilitätsanbieter (e-Scooter und Velos) verzeichnete über 300 Rabatt-Code-Einlösungen.

St.Gallen-Bodensee Tourismus entwickelte speziell für die Women's EURO 2025 die Stadtführung «St.Galler Zeitreise mit Ballgefühl», die Fussballgeschichte mit spannenden Einblicken in die Historie der Stadt St.Gallen kombinierte. Die Tour führte zu historischen Orten, an denen Fussballgeschichte geschrieben wurde und verband diese mit typischen Sehenswürdigkeiten der Altstadt. Auf 14 Führungen nahmen insgesamt 126 Personen teil. Die klassische Altstadtführung buchten weitere 558 Personen.

Vom 2. – 27. Juli 2025 zeigte das Textilmuseum St.Gallen zudem die Sonderausstellung «Dressed to Win. Women, Football & Textiles». Die Ausstellung würdigte den Frauenfussball mit zwanzig Ausstellungsstücken aus den letzten Jahrzehnten – alle mit besonderem Bezug zu St.Gallen. In dieser Periode verzeichnete das Museum 2'663 Besuchende, was über dem Durchschnitt vom Juli 2024 lag.

Des Weiteren waren vom 2. – 13. Juli 2025 täglich «Tourist Angels» in der Stadt unterwegs. Die geschulten Gästebetreuerinnen wurden speziell für die Women's EURO 2025 instruiert und unterstützten die Besuchenden dabei, die Vielfalt von St.Gallen zu entdecken.

6.4 Beherbergung

Die UEFA Women's EURO 2025 sorgte in St.Gallen und Umgebung für eine aussergewöhnlich hohe Nachfrage nach Übernachtungsmöglichkeiten. Bereits Wochen vor dem Anpfiff waren zahlreiche Hotels für die Spieltage in St.Gallen ausgebucht. Die Beherbergungszahlen lagen dabei deutlich über dem langjährigen Durchschnitt für den Monat Juli – ein klarer Beleg für die starke Anziehungskraft des Turniers auf nationale und internationale Gäste.

An den Spieltagen erreichte die Hotelauslastung im Stadtgebiet und der Agglomeration über 92 %. Auch ausserhalb der Matchtage blieb die Belegung mit über 65 % auf einem erfreulich hohen Niveau. Bemerkenswert ist, dass dieser Anstieg nicht nur das Premiumsegment betraf, sondern ebenso Mittelklasse- und Budgethotels sowie alternative Übernachtungsformen wie Ferienwohnungen und Airbnb-Angebote. In Abtwil beim Talhof stellte die Host City St.Gallen zehn bis dreissig zusätzliche Stellplätze

für Reisende mit dem Wohnmobil oder Wohnwagen zur Verfügung. Dieses Angebot wurde insbesondere von Fans geschätzt, die flexibel reisten und in unmittelbarer Nähe zum Spielort übernachten wollten.

6.5 Gruppen- und Gästebetreuung

Das Convention Team von St.Gallen-Bodensee Tourismus kümmerte sich um die Bearbeitung und Betreuung von Gruppenanfragen. Insgesamt fanden 18 unterschiedliche Veranstaltungen statt, darunter Fan Events, VIP-Essen und Workshops. Die Anfragen gingen insbesondere von Organisationen aus Wales sowie Deutschland und England ein.



Bilder 10 – 12: Fans entdeckten die Stadt St.Gallen

7 Nachhaltigkeit

Die Host City St.Gallen setzte in allen Teilbereichen auf möglichst nachhaltige Strukturen. National konnte mit der öV-Ticketintegration sowie einer gemeinsamen Nachhaltigkeits-Charta der Austragungsstädte früh eine solide Basis geschaffen werden. Die Beschaffungen und Aktivitäten in der Host City St.Gallen setzten zudem auf ein hohes Mass an Wiederverwendung und -verwertung. So entstand nur wenig Abfall, kein Food Waste und viele für das Turnier angeschaffte Materialien werden wiederverwendet. Dazu beigetragen hat auch die gute Zusammenarbeit mit regionalen Partnern und Betrieben.

7.1 Massnahmen auf nationaler Ebene

National beteiligten sich die UEFA, der Bund, die SBB und die Austragungsstädte an der Finanzierung des Kombi-Tickets (Ticket + Generalabonnement für den öffentlichen Verkehr in der ganzen Schweiz am Spieltag). Dies sorgte dafür, dass über 85 % der Fans eine nachhaltige Anreise wählten.

Des Weiteren verpflichteten sich die UEFA, der Bund und die Austragungsstädte zu einer gemeinsamen Menschenrechtserklärung, und die acht Austragungsstädte erarbeiteten eine Nachhaltigkeitscharta mit einer einheitlichen Vision und gemeinsamen Zielen. Auf diesen Grundlagen legte jede Stadt anhand ihrer Aktivitäten und Events weiterführende Massnahmen fest.

7.2 Ökologische Nachhaltigkeit

In der Fan Zone kam es dank Mehrweggeschirr und dem konsequent umgesetzten Abfallkonzept der Stadt St.Gallen nur zu wenig Abfall. Dieser wurde getrennt gesammelt und fachgerecht entsorgt. Gemäss den Rückmeldungen des Reinigungsunternehmens und Caterers waren die Abfallmengen

kleiner als bei vergleichbaren Anlässen. Das Verpflegungsangebot umfasste eine abwechslungsreiche und gesunde Auswahl mit sechs vegetarischen (optional veganen) Speisen aus sechzehn Gerichten. Um das lokale Gewerbe bestmöglich einzubinden, wurden bestimmte Produkte direkt von Anbietern in der unmittelbaren Nähe der Fan Zone bezogen. Die Lebensmittelüberschüsse in der Fan Zone konnten komplett wiederverwertet werden, wodurch kein Food Waste entstand.

Die Gestaltung der Promotionsaktivitäten und der Fan Zone setzte ebenfalls auf Nachhaltigkeit. So bestanden die Flyer zu 100 % aus Recyclingpapier, und die Promotionsartikel nutzten wenig Verpackungsmaterial. In der Fan Zone standen nachhaltige Holz-Infostelen sowie Holzlounge-Mobiliar. Das Branding wurde auf ein Minimum beschränkt, da die UEFA-Richtlinien eine Wiederverwertung von mit Logo versehener Infrastruktur stark erschwerten. Die benötigte Elektrizität wurde zudem ausschliesslich aus erneuerbaren Quellen (Ökostrom) bezogen.

Die Shuttle-Busse vom Bahnhof St.Gallen zum Stadion waren zu über 90 % elektrisch, da diese von den VBSG betrieben wurden. Für die Shuttle-Busse von Gossau zum Stadion war Regiobus verantwortlich, welche keine Elektrobusse im Fuhrpark unterhält. Die Veloparkplätze beim Stadion wurden um weitere mobile Veloständer ergänzt, welche gut ausgelastet waren.

7.3 Soziale Nachhaltigkeit

Im Bereich der sozialen Nachhaltigkeit investierte die Host City St.Gallen in über zwanzig Massnahmen für die regionale Förderung des Mädchen- und Frauenfußballs (vgl. Kapitel 8: «Legacy»). Darüber hinaus wurden auch Massnahmen zur Bewegungs- und Gesundheitsförderung sowie zur Inklusion umgesetzt (vgl. Kapitel 8: «Legacy»). Die Host City St.Gallen verwendete eine inklusive Sprache und setzte mit einem Inklusionsturnier in der Fan Zone sowie der Einbindung von Volunteers mit verschiedensten kulturellen und sozialen Hintergründen ein weiteres Zeichen für Gleichberechtigung und Inklusion.

Die kostenlosen sportlichen Aktivitäten und Sonnencremespender in der Fan Zone trugen ebenfalls zur Gesundheits- und Bewegungsförderung bei. Darüber hinaus wendete die Host City St.Gallen ein Präventions- und Awareness-Konzept in der Fan Zone an und berief sich auf jenes der UEFA im Stadion. Es kam zu keinerlei Zwischenfällen oder zu Reklamationen in Bezug auf Belästigungen oder Menschenrechtsverletzungen.

7.4 Kommunikation

Die Host City St.Gallen kommunizierte ihre Massnahmen für alle einsehbar auf ihrer Website. Des Weiteren hatte sie ein «Eventprofil» auf www.saubere-veranstaltung.ch und erzielte ein Ergebnis von 83 % eco-Punkten. Die Veranstaltung darf somit als sehr nachhaltig gewertet werden.

Die Zusammenarbeit mit regionalen Partnern hat sich durchwegs bewährt. Sie trug positiv zur allgemeinen Tourismus- und Standortförderung bei (vgl. Kapitel 6: «Tourismus»). Dadurch fanden schliesslich auch eine Vielzahl an Materialien der Veranstaltung eine entsprechende Wiederverwendung. Der beauftragte Messebauer nahm einen Grossteil der Infrastruktur wieder zurück. Die neu angeschafften Polizeisperrn, welche für die Absicherung der Fan Zone genutzt wurden, werden bei nachfolgenden Veranstaltungen wieder im Einsatz stehen. Einige Spielgeräte konnten an die städtische Tagesbetreuung weitergegeben werden. Der Ostschweizer Fussballverband erhielt das Maskottchen Maddli für weitere Fussballveranstaltungen sowie den Instagram-Account der Host City St.Gallen, welcher bereits viele Follower aus dem regionalen Fussball-Netzwerk vorzuweisen hatte. Der XXL-

Turnierfussball hat indes im Espenmoos ein neues zu Hause gefunden und behält insbesondere bei den Spielen der Frauenequipe des FC St.Gallen die Erinnerung an die Women's EURO 2025 wach.

7.5 Innovative Pilotprojekte

Die Frauenfussball-Europameisterschaft bot als Grossveranstaltung auch die Möglichkeit, innovative Projekte für die Nachhaltigkeit zu lancieren und zu testen. Die nachhaltige Anreise zu den Spielen war dank des Kombi-Tickets bereits gut unterstützt. Die Host City St.Gallen schilderte zudem einen Veloweg zum Stadion aus und organisierte in Zusammenarbeit mit Pro Velo St.Gallen Appenzell an Spieldagen gemeinsame Velofahrten (inkl. Rikschas) zum Match. Dieses Angebot wurde jeweils von ca. 10 – 15 Personen genutzt. Es gibt bereits Überlegungen, dies bei zukünftigen Anlässen wiederum anzubieten. Für eine grössere Anzahl Teilnehmender müsste die Kommunikation verstärkt werden.

In der Innenstadt wurden zudem sieben Brunnen mit «Trinkwasser / Drinking water» beschriftet. Angesichts des heissen Wetters von bis zu 30 Grad half dies insbesondere auch ortsunkundigen Personen aus dem Ausland, im Sinne der Gesundheitsförderung genug zu trinken. Das neutrale Design der Trinkwasser- sowie Veloweg-Beschilderung erlauben eine Wiederverwendung bei zukünftigen städtischen Veranstaltungen.

8 Legacy: Mädchen- und Frauenfussballförderung

Der Schweizer Fussballverband lancierte 2024 im Rahmen der Frauenfussball-Europameisterschaft seine «Legacy»-Kampagne zur Förderung des Mädchen- und Frauenfussballs bis 2027. Ziel ist die Verdopplung von Spielerinnen, Trainerinnen, Schiedsrichterinnen und Funktionärinnen sowie eine grössere Sichtbarkeit des Spitzensports und mehr Infrastrukturkapazität in der ganzen Schweiz.

Die Host City St.Gallen unterstützte diese Vision vom 1. Juni 2024 – 31. Juli 2025 und setzte dreissig Projekte in den Bereichen Breiten- und Elit Fussball um. Dabei setzte sie jeweils auf die Zusammenarbeit mit regionalen Partnern, um eine langfristige Finanzierung und Umsetzung der (Pilot-) Projekte bestmöglich zu gewährleisten.

Die Förderung des Mädchen- und Frauenfussballs im Rahmen des Turniers war ein grosses Anliegen von zahlreichen Mitgliedern des Stadtparlaments, wie aus der Debatte um den Verpflichtungskredit für die Austragungsstadt² und aus mehreren parlamentarischen Vorstössen³ zu entnehmen ist.

Die Host City St.Gallen kommunizierte deshalb ab dem 21. Oktober 2024 transparent alle geplanten Massnahmen auf der Website. Zusätzlich wurde am 4. November 2024 in Absprache mit dem

² Vorlage Stadtparlament vom 17. Januar 2023, Nr. 2385, «[Verpflichtungskredit für die Durchführung der Fussball-Europameisterschaft 2025 der Frauen \(UEFA Women's EURO 2025\) in der Schweiz bzw. in St.Gallen](#)»; vom Stadtparlament am 28. Februar 2023 unverändert beschlossen.

³ Vorlage Stadtparlament vom 1. April 2025, Nr. 312, Postulat «[Echte Förderung von Frauen- und Mädchenfussball](#)»; vom Stadtparlament unverändert beschlossen am 29. April 2025); Vorlage Stadtparlament vom 27. Februar 2024, Nr. 3707, «[Einfache Anfrage Angelica Schmid: UEFA Women's EURO 2025](#)»; beantwortet am 19. März 2024 / Vorlage Stadtparlament vom 14. Januar 2025, Nr. 15, «[Interpellation Angelica Schmid: Temporäre Kunstrasenfelder für mehr Trainingskapazitäten für den Breitensport](#)»; behandelt am 18. März 2025 / Vorlage Stadtparlament vom 17. Juni 2025, «[Einfache Anfrage Eva Crottoqini, Andrea Calzavara und Andrea Hornstein: Förderung des Frauen- und Mädchenfussballs: Wie werden die Begleitmassnahmen umgesetzt?](#)»; beantwortet am 26. August 2025.

strategischen Ausschuss zur Frauenfussball-Europameisterschaft 2025 in St.Gallen (Stadt und Kanton) entschieden, gewisse weitere Fördermassnahmen über den veranschlagten Teilbereichskredit zu realisieren, sofern die Gesamtausgaben den Gesamtkredit von CHF 2.8 Mio. nicht übersteigen und die Reserven von CHF 300'000 möglichst unangetastet bleiben.

8.1 Massnahmen im Bereich Schul- und Vereinssport

In Zusammenarbeit mit regionalen Schulen erhielten zahlreiche Schülerinnen spielerisch Zugang zum Fussball. Die Host City St.Gallen stellte Unterrichtsmaterial rund um den Fussball zur Verfügung, darunter auch 5'200 SJW-Heftchen und das Sportheldinnen Stickeralbum von IdéeSport. Diese Massnahmen stärkten die Sichtbarkeit des Frauenfussballs und von weiblichen Vorbildern.

Des Weiteren profitierten zwanzig städtische Schulklassen von einer Stadionführung, um diverse Funktionen rund um den Fussball kennenzulernen. Abgerundet wurde das Angebot mit Schnuppertrainings sowie «Mädchenfussball über Mittag», um Begeisterung zu wecken und Berührungsängste abzubauen.

In Zusammenarbeit mit dem Schweizer und Ostschweizer Fussballverband investierte die Host City St.Gallen auch in einen Weiterbildungskurs für Lehrerinnen sowie in das Mentoring-Projekt «Doppelpass» für Vereine und Schulen. Zudem wurde die Fördermassnahme «Finde dein Team» des Ostschweizer Fussballverbands zur erleichterten Findung eines Fussballvereins in der Nähe gezielt gefördert.

8.2 Förderbeiträge für regionale Fussballvereine

Die Host City St.Gallen unterstützte insgesamt elf vereinseigene Initiativen für den Mädchen- und Frauenfussball. Vom 16. Dezember 2024 – 31. März 2025 konnten Fussballvereine aus dem Kanton St.Gallen Anträge für Unterstützungsgelder zu Gunsten der Mädchen- und Frauenförderung beantragen. Die elf Vereine mit einem positiven Entscheid setzten in Eigenregie Schnuppertrainings für Spielerinnen und Trainerinnen sowie Turniere für Mädchen und Fussball-Seniorinnen um.

8.3 Förderung von Elitespielerinnen

Im Rahmen der Eliteförderung investierte die Frauenequipe des FC St.Gallen 1879 in die Integration von Talentspielerinnen und organisierte ein Footeco-Event. Footeco ist eine Ausbildungskultur für den Elitefussball der Kategorien U12 und U13, die auf die Entwicklung des Potenzials der Spielerinnen abzielt. Als Zusammenarbeit zwischen dem St.Galler Kantonal-Fussballverband und der Host City St.Gallen entstand das erste Stützpunktturnier für ambitionierte U13-Mädchen in St.Gallen.

8.4 Netzwerkanlässe und Vereinsfunktionärinnen

Ein starkes Netzwerk im Ostschweizer Frauenfussball fördert die Zusammenarbeit und schafft neue Perspektiven – auf und neben dem Platz. Deshalb lancierte die Host City St.Gallen Netzwerkanlässe und Weiterbildungen für Spielerinnen, Trainerinnen und Vereinsfunktionärinnen. Drei Frauen aus der Region absolvierten auf Kosten der Host City St.Gallen den Lehrgang Club Management und sind somit optimal geschult, um demnächst in Vereinsfunktionen zu wirken. St.Gallen-Bodensee Tourismus lancierte zudem eine neue Stadtführung mit Fussballbezug zur Sichtbarkeit des regionalen (Frauen-) Fussballs (vgl. Kapitel 5: «Tourismus»).

8.5 Gezielte Impulse für die Fussballinfrastruktur

Die knappe Schweizer Sportinfrastruktur, insbesondere in städtischen Gebieten, ist eine grosse Herausforderung. National erarbeitete der Schweizer Fussballverband daher im Rahmen der Frauenfussball-Europameisterschaft einen Handlungsleitfaden zur Optimierung der Infrastruktur für Vereine und Gemeinden. Der Postulatsbericht «Förderung des Frauen- und Mädchenfussballs» vom 1. April 2025 zeigt weitere Massnahmen der Stadt St.Gallen auf. Darunter fallen vier Projekte zur Sanierung von Rasenspielfeldern resp. zur Umwandlung von Naturrasen in Kunstrasen in der Legislatur 2025 – 2028, der Ausbau von Garderoben und Duschen und die vermehrte Nutzung von Schulsportwiesen für den Nachwuchsbereich. Die Host City St.Gallen unterstützte insbesondere Letzteres mit der Anschaffung von 24 Mini-Toren für Nachwuchstrainings auf städtischen Schulsportwiesen. Des Weiteren finanzierte sie ein Kunstrasen-Minispielfeld beim Schulhaus Heimat. Somit werden nachhaltige Strukturen geschaffen, die über das Turnier hinaus ihre Wirkung entfalten und beibehalten.

8.6 Bewegungs- und Gesundheitsförderung

Im Bereich Inklusion und Bewegungsförderung unterstützte die Host City St.Gallen die Stiftungen Caritas und AKIN. Dadurch konnten armutsbetroffene Kinder sowie geflüchtete Frauen kostenlos an einem grossen gemeinschaftsfördernden Sportangebot teilnehmen. In Zusammenarbeit mit der UEFA besuchten zudem mehr als 200 sozial benachteiligte Kinder und Familien die Spiele der Frauen-EM in St.Gallen. Mit einem Inklusionsturnier in der Fan Zone konnte ein weiteres Zeichen gesetzt werden. Des Weiteren übernahm die Host City St.Gallen die Inbetriebnahme von drei BoxUp-Stationen zur kostenlosen Sportgeräte-Ausleihe im öffentlichen Raum. In den ersten fünf Monaten wurden bereits über 2'500 Nutzungen von Personen zwischen 11 und 92 Jahren registriert.



Bilder 13 – 15: Der Frauenfussball wurde auf mehreren Ebenen gezielt gefördert.

8.7 Weiterer Verlauf der Legacy nach der Women's EURO

Die Umsetzung der dreissig Legacy-Massnahmen in St.Gallen verlief erfolgreich und breit abgestützt. Bis Mitte 2025 konnten über 1'000 Kinder, Jugendliche und Erwachsene durch Stadionführungen, Girls-only-Angebote, Schnuppertrainings und Vereinsprojekte direkt erreicht werden. Mehrere tausend weitere kamen dank Schulmaterial, Netzwerk-Anlässen und neuer Infrastruktur mit den Projekten der Host City St.Gallen und dem Thema Fussball in Berührung. Damit leistete die Host City St.Gallen mit ihren Partnern einen wichtigen Beitrag, um den Frauenfussball in der Region sichtbarer, zugänglicher und nachhaltiger zu machen. Somit ist eine solide Basis für die weitere Förderung des Mädchen- und Frauenfussballs bis 2027 und darüber hinaus geschaffen.

Das Engagement der Host City St.Gallen stand in unmittelbarem Zusammenhang mit der Durchführung der Frauenfussball-Europameisterschaft und endete daher mit dem Turnier. Im Sinne einer langfristigen und nachhaltigen Unterstützung wurde mit den jeweiligen Partnern vereinbart, dass die genannten Projekte auch künftig bestmöglich fortgeführt und finanziert werden.

Des Weiteren intensiviert der Schweizer Fussballverband seine Anstrengungen rund um die 23 laufenden nationalen Legacy-Projekte in Zusammenarbeit mit dem Ostschweizer Fussballverband sowie Vereinen, Städten und Gemeinden. Die ersten positiven Entwicklungen zeichnen sich bereits ab. Der Ostschweizer Fussballverband vermeldete Rekordzahlen sowie eine Steigerung von rund 30 % betreffend der Anzahl Spielerinnen, Trainerinnen und Schiedsrichterinnen seit dem Beginn der «Legacy» im April 2023. Auch im Spitzenfussball werden signifikant höhere Zuschauerwerte für die Super League-Spiele der Frauen verzeichnet. Die Frauenequipe des FC St.Gallen 1879 erreichte sogar eine Verdopplung der Anzahl Zuschauenden beim Saisonauftaktspiel.

9 Medien und Kommunikation

Die UEFA Women's EURO 2025 stiess national auf ein sehr hohes Medieninteresse. Allein für St.Gallen erschienen in diesem Zusammenhang rund 670 Beiträge. Auch international erhielt St.Gallen grosse Aufmerksamkeit. Die Berichterstattung zeichnete dabei ein überwiegend positives Bild: St.Gallen wurde als engagierte, sichere und gastfreundliche Austragungsstadt wahrgenommen. Begriffe wie «volle Hotels», «friedliche Atmosphäre» und «internationale Anerkennung» prägten das Medienecho und stärkten das Image von St.Gallen als Austragungsstadt.

9.1 Medienmitteilungen und -konferenzen

Die Host City versendete zu wichtigen Themen und an den Meilensteinen jeweils eine Medienmitteilung und publizierte diese auf ihren Websites. An den Projekt-Meilensteinen veranstaltete die Host City St.Gallen zusätzlich jeweils eine Medienkonferenz mit Regierungsvertretungen von Stadt und Kanton. An den drei Matchtagen fanden Medienorientierungen zu Tagesaktualitäten statt, welche ein Talk mit Vertretungen aus Sport, Kultur und Politik abrundete.

9.2 Website

Online-Informationen der Host City St.Gallen waren auf zwei Websites und einem Instagram-Account für spezifische Zielgruppen verfügbar:

- **www.weuro2025stgallen.ch** (seit 1. September 2025 auf Anweisung der UEFA eingestellt)
Von St.Gallen-Bodensee-Tourismus betriebene Website für Fans, Besuchende und Gäste mit Informationen zu Anreise, Übernachtungen, Tourismus-Angebot, Fan Zone, Fan Walk, Public Viewings, Nachhaltigkeit und Legacy
Gesamt: 22'540 aktive Nutzerinnen und Nutzer, 35'263 Seitenaufrufe
- **www.stadtsg.ch/weuro25**
News und Informationen für Medien, über die Projektorganisation, häufig gestellte Fragen (FAQs)
Gesamt: 4'473 Besuche und 5'514 Seitenaufrufe (70 % aus Schweiz; 4.6 % aus Deutschland, 0.4 % aus Grossbritannien)
- **Instagram-Account: [@weuro2025.stgallen](https://www.instagram.com/ofv.swiss)** (seit 1. August 2025: [@ofv.swiss](https://www.instagram.com/ofv.swiss))
135 Beiträge, 2'187 Follower (Stand Turnierende)
Reichweite: 91'000 Konten, 616'000 Aufrufe, 5'000 Interaktionen
Der Account wurde dem Ostschweizer Fussballverband per 1. August 2025 übergeben.

9.3 Koordination während der Women's EURO

Die Koordination der Medienarbeit oblag mit Projektbeginn der Dienststelle Kommunikation der Stadt St.Gallen. Sämtliche Kommunikationsaktivitäten erfolgten in Absprache mit der Projektleitungen und

den jeweiligen Verantwortlichen von Kommunikation und Marketing bei Stadt und Tourismus. Medienanfragen beantwortete die Projektleitung und der Stadtrat bei politischen Entscheiden.

In Abstimmung mit der UEFA erstellte die Host City einen Medienguide, welcher regionalen und internationalen Medien zur Verfügung gestellt wurde. Zudem erstellte die Host City St.Gallen ein Konzept, welches die Kommunikationsprozesse sowie eine allfällige Krisenkommunikation regelten.

9.4 Berichterstattung / Medienspiegel

Die Fussball-EM der Frauen zählt zu den bedeutendsten Sportanlässen Europas. Ein Millionenpublikum verfolgte die Spiele im Fernsehen und per Streaming. Zudem wurde gegenüber der EM in England 2022 eine Rekordzahl beim Live-Publikum verzeichnet. Drei ausverkaufte Spiele in St.Gallen mit Beteiligung der drei Turnierfavoritinnen England, Deutschland und Frankreich – zugleich die bevölkerungsreichsten Nationen Europas – sorgten für eine hohe nationale und internationale Aufmerksamkeit.

9.5 Medienberichte national

Die Medienanalyse zur UEFA Women's EURO 2025 zeigt, dass St.Gallen ein herausragendes, mehrheitlich positives Medienecho erzielt hat. Die Stadt wird als engagierte, sichere und gastfreundliche Austragungsstadt dargestellt. Vom 1. Januar 2023 – 30. Juli 2025 erschienen rund 670 Beiträge mit einer potenziellen Reichweite von über 87 Mio. Kontakten. Einzelne Beiträge kamen auf Reichweiten von bis zu 2.5 Mio., was die Stadt während des Events aussergewöhnlich stark sichtbar machte. Aus kommunikativer Sicht empfiehlt es sich, St.Gallen für weitere Grossevents über die EM hinaus zu inszenieren.

9.6 Medien international

Lead- und Fachmedien aus Deutschland (ARD, ZDF) England (BBC) und Wales (BBC Wales, walisischsprachige Programme) berichteten vor und während des Turniers über die Austragungsstadt St.Gallen. Besonders Wales legte mit seiner erstmaligen Teilnahme sowie zwei Matches in derselben Austragungsstadt einen besonderen Fokus auf St.Gallen. Zur besten Sendezeit beförderten die internationale Leadmedien, darunter ZDF, ORF, BBC, France 1, 2 und Sky sports, im Rahmen ihrer Matchberichterstattung die internationale und positive Ausstrahlung St.Gallens. Zudem gab es tagsüber vereinzelte Live-Schaltungen, wie z.B. ARD, ZDF Mittagmagazin, SWR4, BBC Radio Wales Breakfast, SC4 (gälischsprachiger BBC-Sender).

Vom Medienmonitoring nicht erfasst sind internationale Printmedien. Im Vorfeld oder im Rahmen der Matchberichterstattung entstanden jedoch gemäss Recherche diverse Berichte, die auch besonders auf die Stadt St.Gallen eingingen.

9.7 Social Media

Nebst den Influencerinnen (vgl. Kapitel 6: «Tourismus») waren an den Matchtagen auch die Verbände der einzelnen Gastteams aktiv und posteten Bilder von St.Gallen und vom Stadion. Besonders hervorstach Wales, welches in St.Gallen in vielerlei Hinsicht Geschichte schrieb: erstmalige Teilnahme an einem Grossturnier und erstes Tor.

10 Finanzielles Ergebnis

Die effektiven Ausgaben in der Höhe von CHF 1'892'976 liegen um CHF 907'024 unter dem Gesamtbudget von CHF 2.8 Mio. Die Gründe für dieses erfreuliche Ergebnis liegen zum einen an dem stets kostenbewussten Umgang und umsichtigen Einsatz der finanziellen und personellen Ressourcen durch das Organisationskomitee. Zum anderen wurden keine Reserven und auch keine Rückstellungen für die UEFA Volunteers, für Schadenfälle oder für Unwetter gebraucht. Ebenso trat das Szenario eines Hochrisikospiele nicht ein. Die Aufwände der Host City St.Gallen wurden zudem dank der Beteiligung des Bundes und diverser regionaler Partner verringert.

Da die Vorlage an das Stadtparlament auf der Grundlage von Grobbudgets erstellt werden musste und eine Detailbudgetierung erst zu einem späteren Zeitpunkt möglich war, ist in einer zusätzlichen Spalte in der Tabelle 1 das angepasste Budget basierend auf den Entscheidungen des strategischen Ausschusses ausgewiesen. Die Anpassungen betrafen insbesondere nachfolgende Kostenbereiche.

10.1 Personalkosten

Die Personalkosten konnten dank der Mitarbeit und Unterstützung zahlreicher städtischer Mitarbeitenden im Organisationskomitee sowie bei der Bearbeitung spezifischer Fachthemen niedrig gehalten werden.

10.2 Begleitmassnahmen («Legacy»)

Die Förderung des Mädchen- und Frauenfußballs im Rahmen des Turniers war ein grosses Anliegen von Mitgliedern des Stadtparlaments. Früh wurde deshalb in Absprache mit dem strategischen Ausschuss entschieden, gewisse weitere Fördermassnahmen über den veranschlagten Teilbereichskredit hinaus zu realisieren.

10.3 Marketing und Kommunikation

Im Gegensatz zu einem Männerturnier war eine Frauenfußball-Europameisterschaft in der Vergangenheit noch nie komplett ausverkauft. Es war somit eine Herausforderung, das Turnier und den Ticketverkauf so intensiv zu bewerben, damit das Ziel «drei ausverkaufte Spiele in St.Gallen» erreicht werden konnte. Dafür wurden bereits früh zusätzliche finanzielle Mittel benötigt.

10.4 Sponsoring

Sponsoring-Einnahmen sind aufgrund strenger Turniervorgaben nur eingeschränkt möglich. Insgesamt erhielt die Host City St.Gallen dennoch dank des grosszügigen Supports der lokalen Unterstützer, der Turniersponsoren sowie weiterer, regionaler Partnerschaften Leistungen mit einem geschätzten Wert von etwa CHF 185'000 gesponsort. Auf die Generation von Einnahmen durch die Host City St.Gallen wurde bewusst verzichtet, um ein umfangreiches, kostenloses und inklusives Freizeitprogramm mit einer Vielzahl an Werbegeschenken sowie möglichst tiefen Verpflegungskosten zu bieten.

	Budget Parlament, Feb. 2023 [CHF]	Korr. Budget strat. Ausschuss, Nov. 2024 [CHF]	Rechnung [CHF]	Differenz zu Feb. 2023 [CHF]
Projektleitung, OK, Mandate (Personalkosten, IT- und Büromaterial, Spesen)	770'000	450'000	475'232	+ 294'768
Stadionzusatzkosten	0	0	0	0
Begleitmassnahmen (Massnahmen zur Mädchen- und Frau- enfussballförderung, Bewegungsförde- rung, Inklusion)	150'000	250'000	252'742	- 102'742
Bereitstellung, Ressourcen, Entsor- gung (Alternative Trainingsorte, Strom, Elekt- rizität, Bauten, Branding, Schadenfälle)	300'000	300'000	211'756	+ 88'244
Rahmenaktivitäten (Willkommenszelt, Bühnenprogramm, Bewilligungen)	300'000	370'000	182'677	+ 117'323
Gäste- und Fanbetreuung (Freiwillige, Camping, Fan Matches)	100'000	100'000	18'967	+ 81'033
Mobilität und Verkehr (öV-Ticketintegration, Parkplätze, Pri- vate Sicherheit)	400'000	400'000	227'184	+ 172'816
Sicherheitskosten (Sicherheitsaufgebot, Drohnenabwehr, Sicherheitssperren, Prävention)	180'000	180'000	140'498	+ 39'502
Marketing und Kommunikation (Landeskommunikation, Promotionsver- anstaltungen und -material, Medienbe- treuung)	250'000	390'000	348'715	- 99'285
Ökologische Nachhaltigkeit (Mehrweggeschirr, Velofahrten, Brun- nenbeschriftungen, nachhaltige Sitz- lounges, Sonnenbrillen und Sonnen- cremespender)	50'000	60'000	35'204	+ 14'796
Reserve	300'000	300'000	0	+ 300'000
Gesamtaufwand	2'800'000	2'800'000	1'892'976	+ 907'024
Davon Stadt St.Gallen	1'400'000	1'400'000	946'488	+ 453'512
Davon Kanton St.Gallen	1'400'000	1'400'000	946'488	+ 453'512

Tabelle 1: Finanzielles Ergebnis der Host City St.Gallen

11 Erkenntnisse

Die Durchführung der UEFA Women's EURO 2025 in der Schweiz wird einmalig bleiben. Bereits für die nächste Frauenfussball-Europameisterschaft wären die hiesigen Stadien zu klein. Dies zeigt, wie schnell der Frauenfussball wächst und weshalb nur bedingt auf die Erfahrungen aus früheren Europameisterschaften zurückgegriffen werden konnte. Ebenso gab es in St.Gallen bisher keine Sportgrosveranstaltung in dieser Grössenordnung. In vielerlei Hinsicht betrat die Host City St.Gallen somit Neuland und meisterte dennoch besondere Herausforderungen:

11.1 Straffer Zeitplan

Zwei Jahre von der Vergabe der Frauenfussball-Europameisterschaft an die Schweiz bis zur Veranstaltung ist knapp bemessen. Vergleichbare Fussballturniere haben für gewöhnlich einen Planungshorizont von fünf bis zehn Jahren. Dementsprechend fielen einige Entscheidungen seitens UEFA und Bund erst sehr spät. Viele finanzielle Rückstellungen mussten gemacht werden, von denen jedoch schliesslich nur wenige gebraucht wurden. Insgesamt erforderte der straffe Zeitplan vom Projektteam und den Involvierten eine hohe Flexibilität.

11.2 Vermarktung der Fan Zone und Public Viewing

Der Betrieb einer Fan Zone für eine Frauenfussball-Europameisterschaft war eine Neuheit. Viele Fans wussten zwar Bescheid und belebten die Fan Zone an Matchtagen. An den anderen Tagen hätte es mehr Vermarktung für die Nutzung der Angebote gebraucht oder aber die Fan Zone hätte analog vieler Männerturniere geschlossen werden müssen. Letzteres wäre jedoch aufgrund der zentralen Lage in der Innenstadt nicht wünschenswert gewesen. Ein Public Viewing hätte zusätzliche Besucherinnen und Besucher anlocken können und wäre finanziell leistbar gewesen. Doch die in einem frühen Stadium beschlossene Zusammenarbeit mit den Gastronomiebetrieben für Public Viewings wurde aufrechterhalten.

11.3 Städtische Vorschriften

Angesichts der Einmaligkeit dieser Grossveranstaltung brauchte und erhielt das OK verschiedene Zugeständnisse der Stadt. So etwa befand sich die Fan Zone mitten in der Innenstadt und blieb dort für elf Tage. Gleichzeitig mussten die üblichen Lärmvorschriften diesbezüglich eingehalten werden, und es wurden PR-Aktionen wie die «Ampelkickerinnen» abgelehnt (vgl. Kapitel 4: «Promotion»). Aus Sicht des Projektteams würde es dem Image von St.Gallen als Austragungsort künftiger (Sport-) Grossveranstaltungen sehr guttun, wenn im Sinne einer gelebten Ermöglichungskultur mehr Flexibilität angewendet würde.

11.4 Berichterstattung lokaler Medien

Die Kritik der lokalen Medien einzig am fehlenden offiziellen Public Viewing in der Fan Zone wurde als «verpasste Chance» für die Stadt gedeutet. Auch wurden manche Entscheidungen der Stadtverwaltung und der Host City St.Gallen (bspw. Umgang mit Symbolen – «Ampelkickerinnen» – im öffentlichen Raum, eine früh schliessende Fan Zone, keine Freinacht nach Viertelfinalspiel der Schweiz, zeitlich begrenzte Beflaggung) punktuell kritisch beleuchtet. Die Kritik trübte den positiven Gesamteindruck allerdings nicht. Insgesamt überwiegte die positive Berichterstattung eines einzigartigen Turniers in der Host City St.Gallen und den weiteren Austragungsorten.